

Н. П.Ткачова, к.е.н, доцент

П. Г.Перерва, д.е.н., професор

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут

ФОРМУВАННЯ ЗАДАЧ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОМ ПЕРСОНАЛУ

В умовах розвиненого конкурентного ринку маркетинг стає ефективним засобом вирішення проблеми якості і конкурентоспроможності товарів, випробовуючи, у свою чергу, їх зворотну дію, яка розширює або знижує його можливості. Спільні принципи і методи маркетингу визначають конкретні напрямлення маркетинговій діяльності підприємства, його функції.

До важливих заходів належить визначення маркетингових цілей підприємства, що допускають можливість точного контролю. Маркетингові цілі — результат аналізу інформації про достаток товарних ринків і прогнози їх розвитку на конкретний період і оцінки власних експортних можливостей підприємства. Спираючись на принципи маркетингу, можна формувати ринок для майбутніх висококонкурентних товарів фірми, організувати в свідомості покупців прямий зв'язок між вирішенням їх проблем і товарами фірми, високими споживними властивостями цих товарів. Таким чином успіх в роботі підприємства може бути досягнутий лише в тому випадку, якщо підприємства будуватимуть свою виробничу політику не на базі своїх виробничих можливостей, а на базі потреб потенційних покупців нових товарів.

Важливим етапом розвитку ринкової діяльності підприємства є організація маркетингової діяльності на всіх рівнях управління. Термін «управління маркетингом» визначається як аналіз, планування, реалізація і контроль за виконанням програм, спрямованих на створення, підтримку і розширення вигідних відносин з цільовими покупцями для досягнення мети організації. Управління маркетинговою діяльністю, як будь-який процес управління, має наступні складові частини: маркетинговий аналіз і аудит; стратегічне і поточне планування; організація процесу управління маркетингом; контроль за здійсненням маркетингових заходів. Завдання управління маркетингом полягає

в дії на рівень, час і характер попиту так, щоб це допомогло фірмі в досягненні цілей, що стояли перед нею.

Разом з тим, поза увагою дослідників часто залишається важливий напрямок маркетингової діяльності – маркетинг персоналу. Маркетинг персоналу - це вид діяльності, спрямований на досягнення оптимального відповідності між попитом і пропозицією робочої сили з метою задоволення потреби в праці всіх суб'єктів трудових відносин. Маркетинг персоналу зачіпає всі стадії відтворення робочої сили: формування, розподілу (перерозподілу), обміну і використання. В умовах ринку перед будь-якою організацією постає завдання оптимального використання людських ресурсів в обсязі збалансованих потреб та інтересів як держави, організації, так і кожного працівника. Досягнення цієї збалансованості в сучасних умовах може бути забезпечено шляхом впровадження маркетингу персоналу в систему управління ринком праці. Для організації, що діє на ринку, основною задачею маркетингу персоналу є створення її привабливого образу як роботодавця. Це повинно допомогти організації забезпечити конкурентні переваги на ринку праці і залучити кадрові ресурси з оптимальними кількісними та якісними параметрами. Маркетинг персоналу передбачає акцент на тривалий час орієнтоване регулювання привабливості підприємства в очах цільових груп потенційних співробітників. Позиціонування та створення іміджу організації на ринку праці має здійснюватися поступово, але неухильно і цілеспрямовано.

Список використаних джерел

1. Kocziszky, György Compliance risk in the enterprise / G.Kocziszky, M.Verés Somosi, T.O.Kobieliéva // Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність "Форвард–2017" : тр. 8-ї Міжнар. наук.-практ. Internet-конф. студ. та молодих вчених, 27 грудня 2017 р. / ред.: П. Г. Перерва, Є. М. Строков, О. М. Гуцан. – Харків : НТУ "ХПІ", 2017. – С. 54-57.
2. Товажнянський, В.Л. Антикризисний моніторинг фінансово-економічних показників роботи машинобудівного підприємства / П.Г.Перерва, В.Л. Товажнянський // Економіка розвитку. – Х. : ХНЕУ. – 2010. – №2 (54). – С.46-50. 23.
3. Перерва, П.Г. Практический маркетинг / П.Г.Перерва.- Выпуск 1. Термины и определения / Справочник менеджера промышленного предприятия.- М.: НПО «Реклама, информация, маркетинг», 1991.- 96 с.
4. Перерва, П.Г. Моделирование стратегической политики маркетингу конкурентоспособности на засадах бенчмаркінгу / П.Г.Перерва, Н.П.Ткачова // Економічні науки : зб. наук. праць. Сер. : Економіка та менеджмент. – Луцьк : ЛНТУ, 2012. – Вип. 9 (34),

ч. 2. – С. 10-23.

5. *Ткачова, Н.П.* Синергетичний ефект бенчмаркінгу конкурентних переваг / *П.Г.Перерва, Н.П.Ткачова* // Маркетинг і менеджмент інновацій . – 2011. – № 4(1). – С. 55- 66.

6. *Перерва, П.Г.* Управління інноваційною діяльністю // Маркетинг: теорія, світовий досвід, українська практика: підруч. / *О.А.Старостіна, Н.П.Гончарова, Є.В.Крикавський*, та ін., за ред. О.А.Старостіної. – К. : Знання, 2009. – С.461-518.

7. *Kocziszky, György* Anti-corruption compliance in the enterprise's program [Electronic resource] / *G.Kocziszky, M.Veress Somosi, P.G.Pererva* // Стратегічні перспективи розвитку економічних суб'єктів в нестабільному економічному середовищі: зб. тез наук. робіт 2-ї Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф. з міжнар. участю, 28-30 листопада 2017 р. / Кременч. нац. ун-т ім. Михайла Остроградського.– Кременчук, 2017. – С. 164-167. – Режим доступу: <https://drive.google.com/file/d/1r-6uz8h9jl-bCWwpPrY7esG925mrQudP/view>

8. *Перерва, П.Г.* Підвищення конкурентоспроможності машинобудівних підприємств на засадах синергетичного бенчмаркінгу / *П.Г.Перерва, Т.О.Кобелева, Н.П.Ткачова* // Вісник Нац. ун-ту "Львівська політехніка" : зб. наук. праць. Сер. : Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. – Львів : Львівська політехніка, 2015. – № 819. – С. 167-174.

9. *Sikorska, M.* Compliance service at guest services enterprises / *M.Sikorska, György Kocziszky, P.G.Pererva* // Менеджмент розвитку соціально-економічних систем у новій економіці : матеріали Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., м. Полтава, 19 жовтня 2017 р. – Полтава : ПУЕТ, 2017. – С. 389-391.

10. *Перерва, П.Г.* Формування кон'юнктури ринку електротехнічної продукції / *П.Г.Перерва, Т.О.Кобелева, Н.П.Ткачова* // Вісник Нац. ун-ту «Львівська політехніка» : зб. наук. праць. Сер. : Проблеми економіки та управління. – Львів : Львівська політехніка, 2015. – № 815. – С. 118-125.

11. *Kocziszky, György* Reputational compliance / *György Kocziszky, M.Veress Somosi, T.O.Kobielieva* // Дослідження та оптимізація економічних процесів "Оптимум-2017" : тр. 13-ї Міжнар. наук.-практ. конф., 6-8 грудня 2017 р. / ред.: О. В. Манойленко, Є. М. Строков. – Харків : НТУ "ХПІ", 2017. – С. 140-143.

12. *Nagy, Szabolcs* Digital economy and society – a cross country comparison of Hungary and Ukraine / *S.Nagy* // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2017. – № 46 (1267). – С. 174-179.

13. *Перерва, П.Г.* Оцінка впливу інноваційної, інвестиційної та маркетингової політики підприємства на рівень конкурентоспроможності / *П.Г.Перерва, С.Nagi, Szabolcs Nagy, Т.О.Кобелева* // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 15 (1291). – С. 89-94.

14. *Nagy, Szabolcs* Estimation of economic efficiency of power engineering / *S. Nagy, M. Sikorska, P. Pererva* // Європейський вектор модернізації економіки: креативність, прозорість та сталий розвиток : матеріали 10-ї Ювіл. Міжнар. наук.-практ. конф., 18-19 квітня 2018 р. – Харків : ХНУБА, 2018. – С. 3-6.

15. *Pererva, P.G.* Technology transfer / *P. G. Pererva, György Kocziszky, D.Szakaly, M.Somosi Veres* - Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. — 668 p.

16. *Nagy, Szabolcs* Current evaluation of the patent with regarding the index of its questionnaire / *S.Nagy, M.Sikorska, P.Pererva* // Сучасні підходи до креативного управління економічними процесами : матеріали 9-ї Всеукр. наук.-практ. конф., 19 квітня 2018 р. – Київ : НАУ, 2018. – С. 21-22.

17. *Перерва, П.Г.* Науково-інноваційний потенціал України та сучасні проблеми його використання / *П.Г.Перерва, О.В.Жегус*. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Natural/vcpi/TPtEV/2011_26/statiya/Pererva.pdf

18. *Nagy, Szabolcs* Monitoring of innovation and investment potential of industrial enterprises / *S. Nagy, P. Pererva* // Сучасні тенденції розвитку світової економіки : зб. матеріалів 10-ї Міжнар. наук.-практ. конф., 18 травня 2018 р. – Харків : ХНАДУ, 2018. – С. 88-89.